

学校编码: 100384

分类号 \_\_\_\_\_ 密级 \_\_\_\_\_

学 号: x200115011

USD \_\_\_\_\_

厦门大学

硕士学位论文

D 公司市场营销策略分析

The Study of Marketing Strategy about the D Company

晏 雷

指导教师姓名: 谢 导 副教授

专 业 名 称: 工商管理 (MBA)

论文提交日期: 2005 年 5 月

论文答辩日期: 2005 年 6 月

学位授予日期: 2005 年 月

答辩委员会主席: \_\_\_\_\_

评 阅 人: \_\_\_\_\_

2005 年 5 月

## 厦门大学学位论文原创性声明

兹呈交的学位论文，是本人在导师指导下独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考的其他个人或集体的研究成果，均在文中以明确方式标明。本人依法享有和承担由此论文而产生的权利和责任。

声明人（签名）：

年 月 日

## 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人完全了解厦门大学有关保留、使用学位论文的规定。厦门大学有权保留并向国家主管部门或其指定机构送交论文的纸质版和电子版，有权将学位论文用于非赢利目的的少量复制并允许论文进入学校图书馆被查阅，有权将学位论文的内容编入有关数据库进行检索，有权将学位论文的标题和摘要汇编出版。保密的学位论文在解密后适用本规定。

本学位论文属于

1、保密（☒），在 3 年解密后适用本授权书。

2、不保密（☐）

（请在以上相应括号内打“√”）

作者签名：日期： 年 月 日

导师签名：日期： 年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

## 论文摘要

本文通过对喷码机行业的整体环境和原有营销策略进行分析,运用 4Ps 的营销理论,结合整合营销传播的概念,对 D 公司新的营销策略方案进行分析,并对喷码机行业的发展进行探讨。

本文一共分为八个部分:

前言:论述喷码机行业的市场形势,分析目前的机遇和挑战。

第一章:首先介绍喷码技术的起源和特点,然后介绍喷码技术的应用范围,最后针对 D 公司的行业背景和营销现状作说明。

第二章:首先介绍国内市场的发展历史及规模,其次是分析国内市场竞争对手的情况,接着依据 SWOT 分析方法对 D 公司的内外部环境进行分析,最后分析了 D 公司原有市场营销策略。

第三章:首先依据市场细分理论,对喷码机市场进行细分,并创立了细分市场需求分析模型:需求特征因子分析法和满意度及重要性分析法来针对喷码机的市场需求进行分析,其次分析了目标市场的选择方法。

第四章:首先阐述了市场定位的理论依据,继而分析了 D 公司在各个不同目标市场的定位,最后分析 D 公司针对不同目标市场的营销组合策略。

第五章:按照整合营销传播的理论要点,分别从目标受众、传播主题、传播方法三方面来分析 D 公司的营销传播策略。

第六章:在本章节中说明新的营销策略实施给 D 公司带来的成果,同时提出进一步的改善建议。

结束语:强调企业依据客户的需求调整营销策略的重要性,总结本文的创新点和不足之处。

**关键词:** 喷码机; 模型; 市场营销。

厦门大学博硕士论文摘要库

## **Abstract**

The author analyses the marketing situation of Ink-Jet Printer industry, and discusses the old marketing strategy of D company, and then, the author studies the new marketing strategy of D company at the bases of 4Ps theory and Integrated Marketing Communication (IMC) methods.

The paper is divided into eight parts.

In the preface, the author discusses the general situation of Ink-Jet industry, and mentions the opportunities and the challenges in the market.

In the first chapter, the author introduces the basic knowledge of ink-jet technology, and has an introduction of D company.

In the second chapter, the author has an introduction of China Ink-Jet industry, and then analyses the competitors in the market, and then, discusses the market environment of D company by SWOT methods, at last, analyses the old marketing strategy of D company.

In the third chapter, according to the target marketing process, the author makes an analysis model to discuss requirements of the segment market, and then, the author discusses the methods of choosing target market.

In the fourth chapter, the author explains the theory of marketing position, and then, analyses the new marketing strategy of the target market.

In the fifth chapter, the author discusses the communication methods of the marketing strategy in D company, at the base of IMC.

In the sixth chapter, the author analysis the performance of new marketing strategy, and provides the suggestions for D company.

In the conclusion, the author emphasizes the importance of customer oriented marketing strategy, and mentions the strength and weakness of the paper.

**Key Words:** Ink-Jet Printer; Model; Marketing.

厦门大学博硕士论文摘要库



# 目录

前 言 .....	1
第一章 喷码技术基本描述及 D 公司介绍 .....	3
第一节 喷码技术的起源及技术特点.....	3
第二节 喷码技术的应用范围.....	4
第三节 D 公司简介 .....	5
第二章 D 公司的内外部环境分析 .....	7
第一节 国内市场发展历史及规模.....	7
第二节 国内市场竞争对手分析.....	8
第三节 D 公司的 SWOT 分析 .....	13
第四节 原有市场营销策略分析.....	18
第三章 D 公司市场细分与目标市场选择 .....	21
第一节 市场细分.....	21
第二节 目标市场选择.....	48
第四章 D 公司市场定位与营销策略分析 .....	56
第一节 市场定位理论依据.....	56
第二节 市场定位.....	58
第三节 产品策略.....	59
第四节 定价策略.....	64
第五节 通路策略.....	67
第五章 D 公司整合营销传播策略 .....	69
第一节 整合营销传播的理论要点.....	69
第二节 整合营销传播方案.....	70
第六章 D 公司新营销策略的成果及进一步改善建议 .....	75

第一节 新营销策略的成果.....	75
第二节 进一步的建议.....	76
结束语 .....	78
主要参考文献 .....	80
后 记 .....	83

## 前言

随着中国经济的快速发展,各种行业逐步走向规模化、产业化。企业在不断壮大的同时也对其产品标识提出越来越高的要求。喷码机作为先进的产品标识技术的代表,其非接触式的、在线高速喷印、喷码内容及方式灵活多变的特性,在越来越多的行业中得到广泛的认同。

喷码机在中国的应用始于 20 世纪 90 年代初期,当时中国的啤酒和饮料行业进行大规模的市场扩张和技术改造,引进了许多国外的罐装生产线。为了适应进口罐装生产线的高速生产要求,喷码机开始在中国的啤酒和饮料行业应用,随后市场需求逐年扩大。

中国喷码机市场的高速发展是从 20 世纪 90 年代末期开始的,首先缘于国家对食品、医药、化妆品行业的严格管理(产品必须标注生产日期),严格的市场管理刺激了喷码机的市场需求;其次是国内房地产的持续热潮对建筑材料(特别是 PVC 管材和型材)的大量需求,增加了喷码机的市场需求;其三是电力和通信设施的大范围更新改造,对线缆的大量需求,进一步扩大了喷码机市场需求。在此形势之下,众多国外喷码机厂商或设立生产基地,或寻求代理商,纷纷投身于巨大的中国市场。

喷码机在欧洲和北美洲经过了二十多年的发展,市场也已经非常成熟,市场需求相对固定,导致喷码机企业对喷码机的设计趋于同化,不同品牌的喷码机的差异性在缩小。作为外来的技术和产品,喷码机在中国市场上的营销基本上沿袭了其原产地的营销模式。

随着市场竞争的加剧和中国市场迅猛发展,中国的市场需求已呈现多样化的发展趋势,而大部分喷码机厂商以单一的产品来满足变化的市场需求,导致产品竞争日趋激烈。经过众多厂商的多年角力,喷码行业已经成为市场竞争最为激烈的一个工业领域。和大多数工业行业一样,喷码机市

场面临着供应已经大大超过了市场需求的问题。面对瞬息万变的市场变化，企业必须及时调整自己的营销策略，无人能置身事外而独善其身。过去成功的经验，也许就是今天或将来失败的原因。如何找到适合自己的有效营销策略，并在竞争中激励自身去不断完善，从而在激烈的竞争中把握先机，脱颖而出，已经成为企业必须认真思索和探寻的首要问题。

本文将深入剖析喷码机市场的整体环境，分析喷码机的市场需求，以 D 公司营销策略转变作为案例，运用现代营销理论分析 D 公司的新的营销策略。本文探讨的问题是众多工业企业面临的一个共同问题：置身于一个供给已经严重过剩的市场，面对几近惨烈的市场竞争，该如何求得生存和发展，很值得我们去探索！

## 第一章 喷码技术基本描述及 D 公司介绍

### 第一节 喷码技术的起源及技术特点

喷码技术最早起源于第二次世界大战后期。盟军由于大量食品和药品的消耗，急需寻找一种在食品和药品的包装表面快速标注产品有效期的方法，以保证士兵的健康不会受过期的食品和药品影响。但是传统的钢印标识和盖印标识的方法效率既低（无法满足大规模的需求量），又容易破坏军需物品的包装，造成军需物品的损坏（特别是罐头类食品）。因此，盟军向剑桥大学的教授们求助，希望能够发明一种非接触式的、在线的高速喷印设备。当时由于微电子技术还不成熟，该项研究一直处于反复的试验中。但是这些剑桥的科学家们没有放弃该项研究，并终于在 20 世纪 60 年代末期，成功研制出世界上第一台喷码机。

喷码机的工作原理是在瞬间通过给高速分裂的墨滴充电，使其在高压极板间产生不同程度的偏转，从而在墨滴落到产品表面时，形成不同的点阵图形或文字。简单来讲，喷码机由两部分组成：墨路部分和电路部分。喷码机的墨路系统由主泵、墨水箱、墨路导管和打印头系统组成，其中主泵产生压力将墨水从墨水箱送入由墨路导管和打印头系统组成的墨路循环系统。电路部分包括电脑控制板和打印头的电场偏转系统，喷嘴在电子系统的喷码指令下将所需文字或图形打印在产品表面上。喷码机采用以上技术后，可以达到每秒钟喷印 100 个以上字符的速度。喷码机的耗材包括墨水、溶剂和过滤器。耗材的销售是喷码机供应商的主要利润来源。<sup>1</sup>

喷码机的主要替代产品是钢印及印字轮技术。喷码技术相对钢印及印

---

<sup>1</sup> 资料来源：D 公司产品技术手册。

字轮的主要优势是：

1. 高速打印。可以满足每秒喷印 100 个以上字符（数字或字母）的打印速度，同时可以保证每分钟 100 米的生产线速度；而钢印及印字轮技术的打印速度只能达到最多每分钟 30 米的生产线速度。
2. 非接触打印。采用墨水喷印方法，不会损坏喷印的表面；而钢印和印字轮技术由于压印的原因，都有可能破坏打印物体的表面。
3. 喷印信息可变。喷码机采用微电子技术，可以动态打印需要变化的信息；钢印和印字轮技术只能打印固定的信息。

## 第二节 喷码技术的应用范围

目前喷码机已经广泛地在食品加工、制药、日化、建材、电子、汽车配件、电线电缆行业以及烟草等行业替代了钢印和印字轮。这种技术替代的一个主要原因是钢印和印字轮技术存在明显技术缺陷（速度慢、可能对打印物体表面破坏及无法打印动态信息）。各个行业使用喷码机进行标识的内容和要求各有不同。

喷码机在食品加工、制药、日化等行业的快速普及主要是缘于政府法规严格要求这些产品必须标注生产日期和保质期，并且这些行业普遍采用高速的包装生产线，只有高速标识设备才能满足生产要求。目前喷码机在这些行业的应用已经非常成熟。

喷码机在建材和线缆行业的应用，除了喷印生产日期外，还包括国家法规（特别是 3C 认证）要求在建材和线缆表面标识产品规格。由于钢印和印字轮在建材和线缆表面压印标识容易造成表面材料损坏，使得喷码机在建材和线缆行业的应用机会非常巨大。

喷码机在电子零件和汽车配件行业的应用目的主要是质量控制。在产品表面喷印质量代码及厂家的标识，即便于厂商质量追踪，又便于用户区分不同品牌型号的产品。此外喷码机的信息编辑和输入非常方便，且不容

易破坏产品表面。因此，喷码机在电子和汽配行业也具有广泛的应用空间。

喷码机在烟草行业的应用主要是为了满足厂商对防伪和防窜货的需求。由喷码机将计算机生成的防伪和防窜销码喷印到产品表面，以便消费者或厂家通过电话或网络确认。近几年来，由于市场假冒产品的活动非常猖獗，而政府市场管理监督的资源有限，使得防伪技术的市场机会非常巨大。目前不仅仅烟草行业，食品、制药和建材行业也开始运用喷码机的防伪技术来保护其产品不被假冒伪劣产品侵犯。

### 第三节 D 公司简介

D 公司系英国在华的独资企业，其主要业务喷码设备的制造、销售和服务。D 公司的母公司是喷码技术的发明者，于 1978 年成立于英国剑桥，1985 年在伦敦上市。D 公司于 1995 年在中国成立，现已在中国设立北京、上海、广州、成都等十七个分公司或办事处。D 公司于 1998 年通过 ISO9002 质量管理体系认证，成为在中国首家通过 ISO9000 体系的喷码机公司；并于 2004 年在中国通过 ISO14000 认证，成为目前在中国唯一通过 ISO14000 环境认证的喷码机公司。1999 年底以来，D 公司在国内喷码机行业的市场占有率已超过 30%，居同行业首位。2000 年 D 公司将亚太总部迁往上海，并在上海浦东建造 D 公司全球第三个制造工厂（也是 D 公司在全球最大的制造中心），成为亚洲最大的喷码机制造企业。<sup>2</sup>

作为市场的领导者，D 公司给自己的经营使命定义是：提供可靠的喷码和标识解决方案，让我们的客户，并最终让所有的消费者感到便利、安全、物有所值和放心。

D 公司从 1995 年以来，一直采用人员销售的直销服务模式，销售额每年以超过 30% 的速度增长。目前中国市场已经成为 D 公司最重要的市场之

---

<sup>2</sup> 资料来源：D 公司网站（<http://www.domino.com.cn>）。

一。2004 年 D 公司在中国拥有员工 300 人，市场和销售人员 100 人，营业额人民币 4 亿元。<sup>3</sup>

D 公司的主要产品包括 D100、D200 和 D300 三种型号的喷码机。它们的主要区别是 D100 仅能喷印两行信息，D200 和 D300 可以喷印四行信息。另外 D300 具有较高的防尘防水等级，可以在极端潮湿和高粉尘环境下工作。D 公司产品的市场价格见表 1-1。

表 1-1：D 公司产品的市场价格（单位：万元）

产品型号	D100	D200	D300
市场价位	8	12	14

资料来源：D 公司 2003 年内部资料

从 2004 年开始，D 公司采用行业标识方案，对喷码机的配置、定价和命名按照不同行业进行重新分配（见第四章）。

<sup>3</sup> 资料来源：D 公司内部资料整理。



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库